

Socioeconomic and cultural characterization of drivers who do not wear seatbelts in Spain: through social networks study

Caracterización socioeconómica y cultural de los conductores que no usan el cinturón de seguridad en España: un estudio a través de las redes sociales¹

Parra, P.² - D'Antonio, S.² - Gordo, A.^{2*}

Published February, 2014

© Etrasa, 2014

Abstract: The main objective of this paper is to provide a further understanding of the socio-economic and cultural characteristics of road users with the highest prevalence in the non-use of seat belts. The method designed for this study combines and complements the data obtained through an online survey technique administrated in Facebook with new data extracted from the social networks, in particular the cultural, leisure and consumption preferences of users who completed the questionnaire as expressed by “Like” registres included in their Facebook’s profiles. The results show a high risk profile that includes men and women aged between 36 and 47, and

1.- Este artículo está basado en una investigación realizada para la Dirección General de Tráfico (Nº de Expediente: 0100DGT21404)

2.- Parra, Pilar - D'Antonio, Sergio - Gordo, Ángel.
Universidad Complutense de Madrid.

men and women between 18 and 29 years, mainly car drivers and in less extent van drivers, with middle-high educational levels and residents in small towns or rural areas.

Keywords: «Like», road safety, seat bealt, social networks, sociocultural model.

Resumen: El objetivo principal del presente artículo es profundizar en las características socioeconómicas y culturales de los usuarios de carreteras con mayor prevalencia en el no uso del cinturón de seguridad. Para ello desarrollamos una metodología de trabajo capaz de combinar y complementar los datos obtenidos a partir de un cuestionario *online* administrado en Facebook, y nuevos datos procedentes de las redes sociales, en concreto, los «Me gusta» del perfil de Facebook de los usuarios que cumplimentaron el cuestionario. Los resultados muestran un perfil de riesgo alto que incluye hombres y mujeres con edades comprendidas entre los 36 y 47 años, y hombres y mujeres entre los 18 y 29 años, principalmente conductores de automóviles y en menor medida de furgonetas, con niveles educativos medios-altos, residentes en pequeñas ciudades o poblaciones rurales.

Palabras clave: cinturón de seguridad, modelo sociocultural, seguridad vial, redes sociales, «Me gusta»

Sociodemografías del no uso del cinturón de seguridad

No utilizar el cinturón de seguridad es el segundo factor que más contribuye a los accidentes mortales (European Commission 2013:10). Los datos de 2013 muestran que en España el 21% de los conductores y pasajeros fallecidos en turismos y furgonetas no llevaban puesto el cinturón de seguridad. La utilización del cinturón de seguridad reduce el riesgo de muerte en un 45-50% en las plazas delanteras y un 25% en los asientos traseros, según la revisión de estudios llevada a cabo por Elvik y Vaa (2004, citado en Observatorio Nacional de Seguridad Vial, 2010: 8), sin embargo, su uso aún no está generalizado.

En Europa el país que mayor porcentaje registra en cuanto a la utilización del cinturón de seguridad es Alemania, con un 98% en los asientos delanteros y el 96% en los asientos traseros, seguido muy de cerca por Francia y los Países Bajos (European Commission 2013:11). En España, el uso del cinturón en 2012 total fue del 88,3%, con un 90,5% de uso en los asientos delanteros y el 80,4% en los asientos traseros. Además, el 92,9% correspondía a vías interurbanas (que supone -0,3 puntos porcentuales con respecto al 2011), y el 83,7% a su uso en vías urbanas (lo que implica un +2,7 puntos porcentuales) (Dirección General de Tráfico, 2013: 8).

En cuanto a las características de los usuarios de los vehículos, el estudio de observación y sensibilización llevado a cabo por la DGT durante 2012 registró que los conductores que habitualmente hacen un menor uso de los sistemas de retención y protección son los vehículos de mercancías (camiones, furgonetas, etc.), tanto los conductores como sus acompañantes, y los niños en los asientos delanteros y traseros. En relación a la edad, y según las observaciones realizadas por Consultrans/DGT (2008), el 83,8% de los conductores entre 18 y 35 años utilizaban el cinturón, el 84,8% entre los 36 y 49 años, y el 80,8% los de edades comprendidas entre 50 y 64 años, - los que menos uso realizaban-.

Los indicadores de la DGT de 2010 también permiten observar diferencias por tipo de vehículo, sexo y hábitat. En relación al hábitat, el 27% de los usuarios de turismo que viven en municipios entre 5.000 y 20.000 habitantes no los usan, porcentaje que asciende al 34,1% en el caso de las furgonetas. Le siguen los que residen en municipios de más de 20.000 y menos de 60.000 habitantes, tanto en turismos como en furgonetas. Los que mayor uso hacen del cinturón para ambos tipos de vehículos son los residentes en ciudades de más de 1 millón de habitantes. En cuanto al sexo, los hombres hacen menor uso que las mujeres, y este porcentaje es mayor cuanto menor es el tamaño del municipio: en los municipios mayores de 5.000 habitantes y menores de 100.000 esta diferencia se sitúa en torno a 6-7 puntos porcentuales.

La mayoría de estos estudios se centran en el análisis de rasgos sociodemográficos básicos de los conductores y su relación con otras variables como el tipo de vehículo y desplazamiento, la frecuencia de uso de las infraestructuras, o la experiencia en la conducción, sobre todo entre población joven (Jiménez-Moleón, 2004; Ginsburg et al., 2008). Desde otros ámbitos como la psicología y la salud, principalmente, también se ha profundizado en la identificación de variables psicosociales relacionadas con prácticas de riesgo al volante en general y con la utilización de los sistemas de retención y protección (Tortosa et al., 2003; López-Araujo et al., 2007; Alonso et al., 2004; OCDE, 2006). Entre las variables identificadas sobre el no uso del cinturón, principalmente entre los jóvenes, destacan las relacionadas con sensaciones inmediatas, como la incomodidad, el tiempo que conlleva ponerse el cinturón y la limitación de movimiento, mientras que las positivas se vinculan con resultados a largo plazo, como su eficacia para evitar la muerte o una lesión grave en un accidente, o la posibilidad de ser multado por no llevarlo puesto ([Gras et al., 2007](#)). Este tipo de investigaciones coinciden en señalar que las campañas sobre los sistemas de retención y protección deben centrarse en los beneficios que reporta utilizar el cinturón de seguridad en lugar de hacer hincapié en las

consecuencias negativas de no usarlo (Şimşekoğlu, 2008). Otro de los factores que aparece en la literatura sobre el uso del cinturón se relacionan con la influencia social, en cuanto a la importancia que el comportamiento de amigos y familiares tiene en las conductas preventivas, sobre todo entre los jóvenes (Cunill et al., 2004).

Existen también otras investigaciones que profundizan en las características socioculturales de los grupos de riesgo. Este estudio se centra en esta línea de análisis a la vez que desarrolla una metodología de trabajo capaz de combinar y complementar los datos obtenidos a partir de una breve encuesta *online* administrada en Facebook, y nuevos datos procedentes de las redes sociales, en concreto, los «Me gusta» obtenidos del perfil de Facebook de los usuarios que realizan la encuesta.

El modelo sociocultural: enfoque y objetivos

En nuestro país las principales investigaciones realizadas desde distintos ámbitos han puesto el acento en la aproximación a características sociodemográficas y psicosociales, tal y como acabamos de exponer. Menos habitual es que este tipo de estudios reparen en la importancia de las diferencias socioculturales en torno a la vulnerabilidad y exposición al riesgo.

Los equipos de investigación adscritos al modelo sociocultural se encuentran principalmente en países de Europa que registran las tasas mas bajas de siniestralidad, como Gran Bretaña, Holanda o Suecia. Este tipo de enfoques han surgido en países que tras disminuir de forma pronunciada los índices de siniestralidad, han pasado a abordar cómo reducir el número constante de muertos y siniestros que registran, como en el caso español, con leves bajadas o retrocesos dependiendo de la periodicidad de las comparaciones.

En Gran Bretaña son de obligada referencia el *Mobility Research Group* de Lancaster y los trabajos de John Urry (2007) que durante

las últimas décadas han adquirido una especial relevancia en torno a la utilización de un nuevo paradigma sociológico, el de la “movilidad”. Durante los últimos años, y desde la medicina, también ha sido una referencia obligada las investigaciones realizadas por Marie Hasselberg (2005) y su equipo de trabajo del *Department of Public Health Sciences*, en Estocolmo. En sus investigaciones se da cuenta de la importancia de los aspectos socioeconómicos relacionados con los accidentes de tráfico de conductores jóvenes de automóviles y de moto, al igual que los trabajos Michael Grimm y Carole Treibich, de la Universidad de Rotterdam, en Holanda. También son relevantes los trabajos realizados por el grupo de investigación dirigido por R. Factor en el Institute of Technology y el Department of Sociology and Anthropology de Israel. En el trabajo titulado *Who by Accident? The Social Morphology of Car Accidents*, Factor y sus colaboradores (2010) identifican una asociación significativa entre la clase social, los niveles educativos y los distintos tipos de siniestralidad vial. En Francia destaca también el trabajo de Matthieu Grossetête (2011), en particular el publicado con el título *La “sécurité routière” au radar des inégalités sociales. Codage et décodages d’un problème public*. Y en Australia, Deborah Lupton (2006), de la Universidad de Sydney, quien desde la sociología y los estudios culturales reclama la perspectiva sociocultural y el enfoque interpretativo.

Según el enfoque sociocultural perfilado por estos estudios, en este artículo partimos del supuesto de que a la hora de abordar la falta de uso de los sistemas de protección y retención por parte de grupos de conductores específicos, precisamos de análisis que combinen variables básicas (edad, género, hábitat) y niveles de exposición al riesgo, con el estudio de las principales dimensiones socioeconómicas y culturales de dichos grupos.

Este presupuesto se inscribe en los objetivos generales del estudio realizado para la Dirección General de Tráfico en el que se basa

este artículo³. Esta investigación pretendía identificar los perfiles sociodemográficos de los conductores que conducen por las vías españolas con mayor prevalencia en el no uso o mal uso de sistemas de protección y retención (cinturón, sistemas de retención infantil, casco, etc.), y profundizar en las características socioculturales de estos grupos de conductores, usuarios de turismos, furgonetas y motocicletas, a partir de la expresión de sus preferencias de ocio o gusto registradas en sus perfiles de Facebook. En esta ocasión nos limitaremos al análisis de los principales resultados obtenidos relativos al uso de cinturón.

Metodología

El trabajo de campo se centró en la producción de datos primarios cuantitativos mediante una breve encuesta *online* difundida a través de Facebook, y la obtención de datos cualitativos, como los gustos y las preferencias, a partir del perfil de Facebook de los usuarios que realizan la encuesta. La encuesta aportó información sobre las características sociodemográficas y socioeconómicas de las personas, y hábitos relacionados con la conducción y el uso del cinturón a partir de 3 tipos de variables:

- Variables básicas: hábitat, edad, género y número de hijos.
- Variables funcionales: tipo y frecuencia de uso del automóvil y el no uso del cinturón.
- Variables socioeconómicas: profesión, situación laboral y estudios del participante, y profesión, situación laboral y estudios del padre y la madre.

3.- Para más información puede consultarse el informe completo. Disponible en <http://www.dgt.es/es/seguridad-vial/investigacion/estudios-informes/2012/Investigacion-sobre-el-no-uso-o-mal-uso-de-los-elementos-de-retencion-y-proteccion-desde-las-redes-sociales.shtml>

El cuestionario se diseñó como una *Facebook app* específica para la investigación en la que se basa este artículo y difundida como campaña publicitaria con el reclamo «¿Tú que conduces?». Recurrimos a un muestreo accidental o casual en el sentido que los participantes accedieron voluntariamente a la campaña. Los «Me gusta» de las personas que cumplieron el cuestionario proporcionaron información cualitativa que permitió profundizar en la caracterización sociocultural de los grupos de interés. Los participantes permitieron el acceso a su perfil de Facebook (nivel medio de privacidad). En total se obtuvieron 842 cuestionarios válidos de conductores de automóviles.

Se analizaron los datos procedentes de la encuesta y los datos recabados de los perfiles de Facebook. Esta doble vía de producción de datos permitió establecer correspondencias entre las características sociales, demográficas o situacionales de los grupos y los patrones de gusto y consumo (materializados en selecciones concretas en Facebook – «Me gusta»).

El análisis de los datos obtenidos a través de la encuesta permitió la caracterización sociodemográfica de grupos con conductas homogéneas en el uso del cinturón de seguridad. Para ello recurrimos a un análisis de conglomerados utilizando las variables «edad» y «uso de cinturón». Para detectar los grupos de riesgo se dicotomizó la variable «uso del cinturón» de forma que discriminase aquellos casos que «siempre» utilizan el cinturón de aquellos que «no siempre» lo utilizan. El porcentaje de conductores que no siempre usan el cinturón de seguridad se sitúa entre 20% y el 25 en función del tipo de carretera: el 22,3% en autovías/autopistas, el 23% en carreteras nacionales, el 24,9% en carreteras secundarias (donde menos cinturón se utiliza) y el 20,9% en zonas urbanas, donde más cinturón se utiliza.

En una segunda fase de análisis, a partir de la técnica de conglomerados o *clusters*, se generaron cuatro conglomerados a través del factor «frecuencia de uso del cinturón» y de la variable

«edad»: adultos riesgo alto (47 casos), jóvenes riesgo bajo (488 casos), jóvenes riesgo alto (116 casos) y adultos riesgo bajo (191 casos). La frecuencia de uso del cinturón de seguridad entre los dos grupos de riesgo (adultos y jóvenes) muestra diferencias porcentuales muy acusadas, tal y como se observa en el Gráfico 1).

Entre el 95%-98,4% de conductores adultos de riesgo bajo utilizan «siempre» el cinturón de seguridad, mientras que en los adultos de riesgo alto los porcentajes varían entre el 4%-15% dependiendo en ambos casos del tipo de vía. Entre los jóvenes de riesgo bajo los porcentajes oscilan entre el 90%-96,2%, mientras que el grupo de jóvenes de riesgo alto muestra porcentajes de uso muy inferiores incluso al de adultos de riesgo alto, salvo en zona urbana.

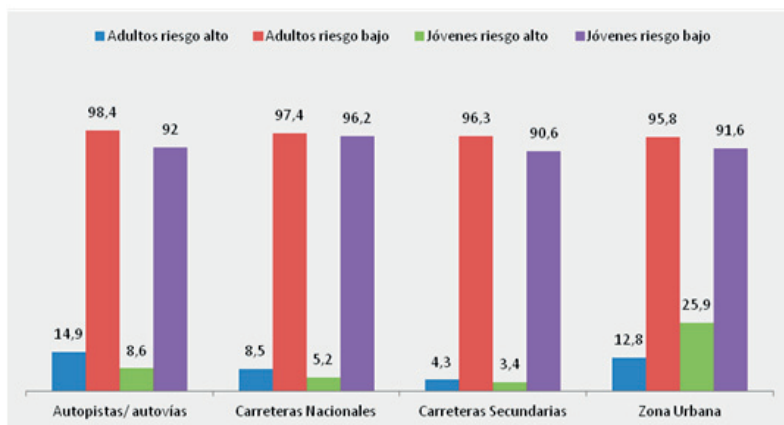


Gráfico 1: Comparativa del uso del cinturón de seguridad (“% siempre”) en las distintas vías de los grupos de riesgo de conductores de automóviles y furgonetas.

Fuente: Elaboración propia

En el Gráfico 2 se observa que los adultos y jóvenes que menor uso hacen del cinturón de seguridad en autopista tienen menor nivel educativo que los de riesgo bajo (medido como porcentaje de estudios no superiores).

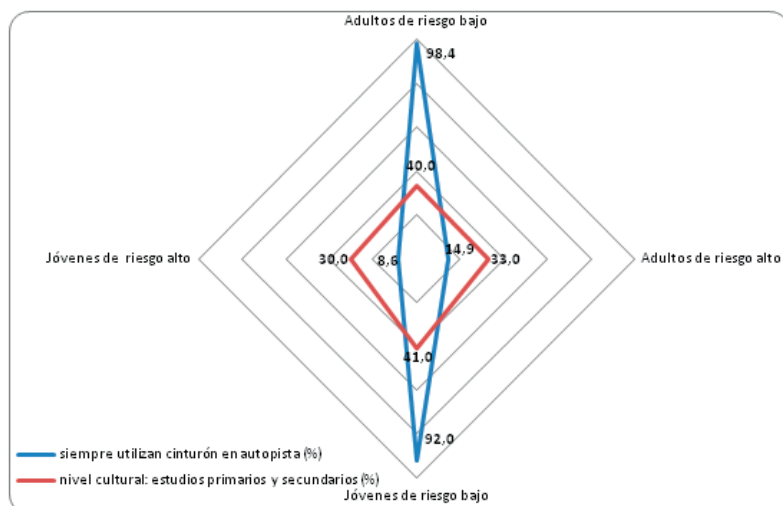


Gráfico 2: Nivel de uso del cinturón de los grupos de riesgo en autopista en función de su nivel educativo.

Fuente: Elaboración propia

En la siguiente fase, y una vez identificados los grupos de riesgo, se procedió al estudio de sus preferencias de ocio y consumo. Para ello, se realizó un análisis exploratorio descriptivo de sus páginas favoritas más representativas comúnmente conocidas como «Me gusta» (o “likes”) en el entorno de Facebook. Este primer nivel de análisis exploratorio permitió identificar las diez páginas más populares para cada grupo de riesgo como paso previo al análisis de sus frecuencias parciales y totales (de fila y columna). Estas frecuencias permitieron identificar las preferencias de ocio y consumo más frecuentes pero también más distintivos de cada grupo. Es decir, detectamos los “gustos top” (las modas) de cada grupo de riesgo, además de las variaciones relativas con respecto a la muestra general, también afectada por modas y corrientes mayoritarias. Al poner en relación el peso de cada «Me gusta» con la media general se evitó la influencia de las corrientes mayoritarias, visibilizando aquellas páginas características de cada grupo de riesgo. Esta idea se debe a que las páginas más frecuentes en

Facebook en muchas ocasiones responden a patrones de consumo generalizados. A continuación, exponemos las caracterizaciones realizadas para los dos grupos de riesgo (jóvenes y adultos) en base a las variables sociodemográficas, junto al análisis de sus hábitos de vida y patrones de consumo expresados a través de sus «Me gusta».

Resultados

Grupo de adultos de riesgo alto

Este grupo está formado por adultos con una edad media entre los 36 y los 47 años, más equilibrado en sexo que el resto de grupos. Usan bastante el coche para ir a trabajar en comparación con otros motivos de desplazamientos, e incluye a muchos de los adultos que trabajan con furgoneta. Residen por igual en ciudades pequeñas, pueblos y ciudades grandes. Como corresponde a su edad, es el grupo con más porcentajes de casados, tienen hijos pero en menor porcentaje que los conductores adultos de riesgo bajo. Es el grupo con menor capital educativo tanto en relación a los jóvenes como al otro grupo de adultos (60% de estudios superiores frente al 40% entre primarios y secundarios), lo cual se corresponde con el bajo capital educativo heredado: la mayoría de sus padres tiene estudio primarios, principalmente las madres (hasta un 70% en el caso de las madres frente a un 40% habitual). En cuanto a la situación laboral, el porcentaje de trabajadores cualificados es inferior al de los adultos de riesgo bajo, y se muestran mucho más vinculados al sector de las nuevas tecnologías (23,4% frente al 15%). El bajo nivel educativo de los padres y madres de este grupo está estrechamente asociado a trabajos no cualificados de los padres en la industria y la construcción, sectores más propios de las clases obreras. En cuanto a la situación laboral, el porcentaje de trabajadores cualificados es inferior al de los adultos de riesgo bajo, y se muestran mucho más vinculados al sector de las nuevas tecnologías (23,4% frente al 15%).

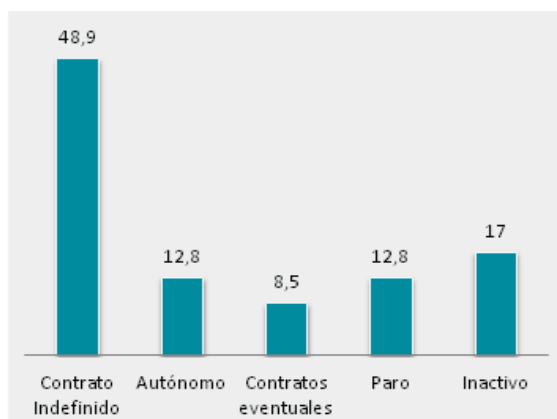


Gráfico 3: Situación laboral del grupo de adultos de riesgo alto.

Fuente: Elaboración propia



Gráfico 4: Profesión del grupo de adultos de riesgo alto.

Fuente: Elaboración propia

Este grupo de adultos de riesgo alto no es muy activo en Facebook. Prefieren las páginas de bandas musicales y personas con fuertes cargas emocionales o que remitan a experiencias pasadas comunes (generacionales). Respecto a sus gustos musicales optan por las grandes estrellas internacionales y cantantes clásicos melódicos

de consumo masivo. Entre sus emisoras destacan Cadena 100 y el programa matinal “Buenos Días Javi Nieves”, junto al conglomerado mediático “MARCA”. Estas preferencias, y sus inflexiones de clase, resaltan y confirman aún más el perfil de menor capital cultural de este grupo que el de conductores adultos de riesgo bajo.

| Categoría | Páginas más frecuentes | Páginas Características |
|---|---|---|
| Comunidad | <ul style="list-style-type: none"> Bocadillo de nocilla ...POR EL PLACER DE HABER COINCIDIDO CONTIGO EN ESTA VIDA..... Buenos días, princesa!! | <ul style="list-style-type: none"> ...POR EL PLACER DE HABER COINCIDIDO CONTIGO EN ESTA VIDA..... Naranjito |
| Personas públicas | <ul style="list-style-type: none"> EDUARD PUNSET Coco La Rana Gustavo | <ul style="list-style-type: none"> EPI y BLAS Mafalda |
| Organizaciones políticas y Movimientos Sociales | <ul style="list-style-type: none"> Apoyo a Niños con Cáncer - Aquí Nadie Se Rinde Odio a los que abandonan a sus mascotas STOP ACCIDENTES | <ul style="list-style-type: none"> STOP ACCIDENTES A estas alturas de mi vida... ¡¡¡Tonterías las justas!!! |
| Bandas musicales | <ul style="list-style-type: none"> Pablo Alborán Adele Bob Marley | <ul style="list-style-type: none"> Luis Miguel Alejandro Fernández Alejandro Sanz |
| Media | <ul style="list-style-type: none"> Cadena 100 MARCA Ponle Freno | <ul style="list-style-type: none"> Tonterías las justas Buenos Días Javi Nieves |

Tabla 1: «Me gusta» más frecuentes y más característicos del grupo de adultos de riesgo alto.

Fuente: Elaboración propia

Jóvenes de riesgo alto

Grupo compuesto en su mayoría por jóvenes menores de 29 años (80%), con una leve sobrerrepresentación femenina, sin hijos (89%), que viven principalmente en grandes y pequeñas ciudades. Tienen menor nivel educativo que el grupo de riesgo bajo (aunque el 67,2% tienen estudios superiores) menos contratos indefinidos y con mayores tasas de inactividad laboral que el grupo de jóvenes de riesgo bajo. Son jóvenes que usan menos el coche (especialmente para trabajar) de ambiente predominantemente urbano y cuyos padres/madres tienen mayor inactividad laboral. Los padres y madres que trabajan lo hacen preferentemente en el comercio, como autónomos y pequeños empresarios.

En este grupo hay menos trabajadores cualificados, más personas inactivas y menos contratos indefinidos que en el grupo de jóvenes de riesgo bajo. Menos de un 20% de este grupo ejerce profesiones cualificadas, muchos de ellos en el sector de la administración, educación, sanidad y servicios sociales, y en su mayoría están vinculados al comercio, el transporte y el sector servicios y comunicaciones. Un rasgo distintivo de este grupo es la mayor presencia de padres y madres autónomos y pequeños y medianos empresarios del sector comercio.



Gráfico 5: Situación laboral del grupo de jóvenes de riesgo alto.

Fuente: Elaboración propia



Gráfico 6: Profesión del grupo de jóvenes de riesgo alto.

Fuente: Elaboración propia

Es el grupo con mayor popularidad en Facebook (266 contactos de media). En sus páginas favoritas encontramos un mayor interés por las cuestiones relacionadas con los medios de comunicación y las personas públicas así como la música, la comida/bebida, ocio y cuidados. Participan menos que los jóvenes de riesgo bajo en las páginas de “comunidad” y política. Respecto a sus personajes públicos favoritos no hay grandes diferencias en relación con los jóvenes de riesgo bajo, más allá de la mayor presencia de personajes nacionales, principalmente futbolistas, actores y presentadores nacionales que cuentan con una importante exposición a este público. Sus gustos, especialmente los musicales, dependen en gran medida de las modas musicales de cada momento. Se decantan por cantantes o grupos internacionales, todas ellas grandes figuras o *megaestrellas* (Rihanna, Lady Gaga y David Guetta) impulsadas por discográficas globales que responden directamente a los patrones impulsados por las industrias culturales hegemónicas. Finalmente, se aprecia un papel central de las series televisivas y sus personajes favoritos en este grupo de jóvenes de riesgo alto.

A modo de resumen, el perfil empírico de riesgo alto que hemos presentado incluye hombres y mujeres con edades comprendidas entre los 36 y 47, y hombres y mujeres más jóvenes, entre los 18 y 29. Prevalecen niveles educativos medios-altos, empleados de la administración pública, trabajadores cualificados y trabajadores del comercio, el transporte y servicios y comunicaciones, que residen en pequeñas ciudades o poblaciones rurales, y son conductores de coche, aunque también hay conductores de furgoneta.

| Categoría | Páginas más frecuentes | Páginas Características |
|---|---|---|
| Comunidad | <ul style="list-style-type: none"> Yo tambien Veia El Principe De Bel Air Yo no soy cotilla, yo solo me informo Cambio tesoros del Vaticano por comida para África, ¿te apuntas? | <ul style="list-style-type: none"> Gag Donkey España Cambio tesoros del Vaticano por comida para África, ¿te apuntas? |
| Personas públicas | <ul style="list-style-type: none"> Luisma Andres Iniesta Dani Martinez | <ul style="list-style-type: none"> Mario Casas Barney Stinson |
| Organizaciones políticas y Movimientos Sociales | <ul style="list-style-type: none"> Apoyo a Niños con Cáncer - Aquí Nadie Se Rinde Julio Anguita Amnistia Internacional España | <ul style="list-style-type: none"> Movimiento global antitaurino 1325 mujeres tejiendo la paz |
| Bandas musicales | <ul style="list-style-type: none"> Rihanna Coldplay David Guetta | <ul style="list-style-type: none"> Lady Gaga Alicia Keys |
| Media | <ul style="list-style-type: none"> The Big Bang Theory La que se Avecina | <ul style="list-style-type: none"> Modern Family Tonterías las justas |

Tabla 2: «Me gusta» más frecuentes y más característicos del grupo de adultos de riesgo alto.

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Siguiendo el patrón de otras investigaciones como las ya mencionadas de Factor (2010) o Grossetête (2011), en este artículo hemos abordado aspectos centrales de la seguridad vial, como el uso de los sistemas de retención, a partir de una perspectiva que incluya el estudio de las principales dimensiones socioeconómicas y culturales de los principales grupos de riesgo.

Este enfoque invita a considerar las características socioeconómicas y laborales de los grupos de mayor riesgo a la hora de establecer políticas preventivas en torno a la seguridad vial. A su vez, el diseño y desarrollo de investigaciones a través de redes sociales permite tener en cuenta las diferencias socioculturales que median los distintos posicionamientos y formas de vivir y utilizar el coche por parte de los distintos grupos de población.

La utilización de la encuesta *on line* a través de Facebook conlleva, no obstante, algunas limitaciones metodológicas que es necesario

tener en cuenta en la interpretación de los resultados. Utilizar las redes sociales como soporte para la obtención de información es una práctica novedosa en el ámbito de la investigación. Al igual que sucedió anteriormente con las encuestas telefónicas en sus primeros años, realizar el trabajo de campo a través de las redes sociales conlleva afrontar algunos inconvenientes. Uno de ellos apunta a los problemas de cobertura que todavía tienen las TICS en comparación con la encuestación telefónica o presencial (Díaz de Rada, 2011). En el caso de las TICS, los problemas de cobertura vienen planteados fundamentalmente por la brecha digital, impidiendo alcanzar determinadas poblaciones que podrían resultar de interés dado que las encuestas online “presentan un perfil más joven y con mayor nivel educativo” (Díaz de Rada, 2011: 193), y con una mayor presencia de mujeres (Porter Novelli, 2012), tal y como ocurre también en nuestro estudio.

Este tipo de problemas puede estar detrás de algunas discordancias en los datos entre distintos estudios. Por ejemplo, el estudio citado de Consultrans/DGT (2008) detecta un menor uso del cinturón de seguridad en personas de mayor edad que en nuestro caso. Nuestra muestra también presenta niveles educativos proporcionalmente superiores al de la población general. En la práctica estos problemas implican la necesidad de realizar numerosos controles sobre la evolución de la muestra, porque los tramos más jóvenes de población tienden a tener una participación mucho mayor que las personas con más edad. Otra limitación se relaciona con el tipo muestreo accidental o casual utilizado, en cuanto a la posibilidad de generalizar los resultados.

Aparte de los problemas citados, las redes sociales visibilizan y ponen a disposición una cantidad de información impensable años atrás. Su potencial es aún mayor en estudios que utilizan indicadores culturales para la caracterización de personas con determinados hábitos y estilos de vida. Los «Me gusta» constituyen en este sentido una expresión de hábitos con un gran componente de inmediatez e

irreflexividad (Peyton, 2012), que los convierte en una fuente de información muy potente (Parra et al., 2014).

A modo de conclusión, planteamos que frente a las campañas generalistas, el diseño y el desarrollo de campañas de sensibilización deben tener en cuenta las diferencias socioculturales que median los distintos posicionamientos y formas de vivir y utilizar el coche por parte de los distintos grupos de población. El estudio de las dimensiones socioculturales de los grupos de riesgo, como el que presentamos en este estudio, aporta a su vez datos de gran interés para el diseño de campañas y estrategias de sensibilización específicas destinadas a “saber llegar” a estos mismos grupos a través de sus preferencias y gustos, y “saber comunicar” desde sus propios códigos, afinidades y antagonismos sociales. Desde esta perspectiva, las estrategias de comunicación permitirían establecer una mayor identificación entre las campañas de sensibilización y los distintos grupos de interés y, con ello, una mayor probabilidad de interiorizar los beneficios personales y sociales derivados de las actitudes y comportamientos relacionados con pautas de riesgo.

Bibliografía

Alonso, F., Esteban, C., Calatayud, C., Montoro, L., & Alamar, B. (2004). *Los jóvenes en el tráfico. Circunstancias culturales, sociales y psicológicas.* Cuadernos de Reflexión Attitudes. Disponible en: <http://www.attitudes.org/recursos-educativos>.

Consultrans. (2008). *Estudio sobre el uso del cinturón de seguridad y de los sistemas de retención infantil en turismos y furgonetas y del teléfono móvil en conductores/as en el territorio español*, Madrid, Dirección General de Tráfico.

Cunill, M., Gras, M. E., Planes, M., Oliveras, C., & Sullman, M. J. (2004). An investigation of factors reducing seat belt use amongst Spanish drivers and passengers on urban roads. *Accident Analysis & Prevention*, 36(3), 439-445
Díaz de Rada, V. (2011). Ventajas e inconvenientes de la encuesta por internet. *Papers. Revista De Sociologia*, 97(1), 193-223.

Dirección General de Tráfico (DGT). (2011). *Indicadores de sistemas de seguridad y teléfono móvil 2010.* Disponible en: http://www.dgt.es/portal/es/seguridad_vial/estudios_informes/estudios_informes157.htm

- (2012). *Campaña para promocionar el uso del cinturón de seguridad.* Disponible en: http://www.dgt.es/was6/portal/contenidos/documentos/prensa_campanas/notas_prensa/NotasDePrensa0187.pdf
- (2013). *Campaña de vigilancia y control del uso del cinturón de seguridad y los sistemas de retención infantil del 9 al 15 de septiembre de 2013.* Disponible en: <http://www.alora.es/Varios/archivos/4606/Argumentario.pdf>
- (2014). *BALANCE 2013 SEGURIDAD VIAL.* Disponible en <http://www.dgt.es/Galerias/prensa/2014/01/Balance-2013-Seguridad-Vial-2013.pdf>

European Commission. (2013). *Road Safety Vademecum. Road safety trends, statistics and challenges in the EU 2011-2012.* DG for Mobility and Transport. Disponible en: http://ec.europa.eu/transport/road_safety/pdf/vademecum_2013.pdf

Factor, R., Yair, G., Y Mahalel, D. (2010). Who by Accident? The Social Morphology of Car Accidents, *Risk Analysis*, Vol. 30, No. 9

Ginsburg, K. R., Winston, F. K., Senserrick, T. M., García-España, F., Kinsman, S., Quistberg, D. A., & Elliott, M. R. (2008). National young-driver survey: teen perspective and experience with factors that affect driving safety. *Pediatrics*, 121(5), e1391-e1403.

Gras, M. E., Cunill, M., Sullman, M. J., Planes, M., & Font-Mayolas, S. (2007). Predictors of seat belt use amongst Spanish drivers. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 10(3), 263-269.

Grossetete, M. (2011). La «sécurité routière» au radar des inégalités sociales. Codage et décodages d'un problème public, *Bulletin Amades*. Disponible en: <http://amades.revues.org/index1143.html>.

Hasselberg, M., Vaez, M., Laflamme, L., (2005). Socioeconomic aspects of the circumstances and consequences of car crashes among young adults, *Social Science & Medicine*, 60, 287-295.

Jiménez-Moleón, J., Lardelli-Claret, P., de Dios Luna-del-Castillo, J., García-Martín, M., Bueno-Cavanillas, A., & Gálvez-Vargas, R. (2004). Efecto de la edad, el sexo y la experiencia de los conductores de 18 a 24 años sobre el riesgo de provocar colisiones entre turismos. *Gaceta Sanitaria*, 18(3), 166-176

López araujo, B., Osca Segovia, A. (2007): Factores explicativos de la accidentalidad en jóvenes: un análisis de la investigación, *Revista de Estudios de Juventud*, nº 79

Lupton, D. (2006). "The sociology of risk". en Mythen, G. and Walklate, S. (eds), *Beyond the Risk Society: Critical Reflections on Risk and Human Security*. Maidenhead: Open University Press, pp.11-24.

Observatorio Nacional de Seguridad Vial. (2010). *El impacto sobre la seguridad vial de la vigilancia y control de la normativa de tráfico, dirección general de tráfico*. Madrid, Dirección General de Tráfico. Disponible en http://www.dgt.es/was6/portal/contenidos/documentos/seguridad_vial/estudios_informes/impacto.pdf

OCDE (2006): *Jóvenes conductores: El camino hacia la seguridad*. Paris, OCDE Publishing

Parra, P., Gordo, AJ., D'Antonio, S. (2014): La investigación social aplicada en redes sociales. Una innovación metodológica para el análisis de los «Me gusta» en Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, pp. 195 a 212. Disponible en: http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1008_UCM3/11p.html

Peyton, P. (2012): “Emotion to Action?: Deconstructing the ontological politics of the “like” button”, en T. Benski & E. Fisher (eds.) *The Internet & Emotions*. New York: Routledge.

Porter Novelli (EUROPNSTYLES) (2012): *Los hombres son de twitter y la mujeres de facebook: Cómo los hombres y las mujeres difieren en el uso de medios sociales, y que prefieren de las marcas online*, 2012. Disponible en http://www.slideshare.net/Porter_Novelli/pn-estudio-social-mediahombrevmujeresmay2012

Şimşekoğlu, Ö., & Lajunen, T. (2008). Social psychology of seat belt use: A comparison of theory of planned behavior and health belief model. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 11(3), 181-191.

Tortosa, F., Barjonet, P., Civera, C. (2003): Una historia de la psicología del tráfico y el transporte en Europa, *Anuario de Psicología*, vol. 34, 401-416.

Urry, J. (2007). *Mobilities*. Cambridge: Polity Press.